



Pengaruh Citra Dai Tengku Maulana Terhadap Motivasi jamaah Berpartisipasi Dalam Kajian

Salma Nur Azzahra¹, Uwuh Saepulloh¹, Uwes Fatoni¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : salmanazzahra29@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra Dai KH Tengku Maulana terhadap motivasi jamaah dalam berpartisipasi pada kajian di Majelis Taklim Husnul Khotimah, Kelurahan Batununggal, Kecamatan Bandung Kidul. Teori yang digunakan adalah teori citra Frank Jefkins serta teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra Dai KH Tengku Maulana berpengaruh signifikan terhadap motivasi jamaah. Citra yang ditampilkan melalui kredibilitas, gaya komunikasi, dan kedekatan emosional mampu membangkitkan semangat jamaah untuk belajar, memperdalam pengetahuan agama, serta lebih aktif mengikuti kajian keagamaan.

Kata Kunci : Citra Dai, Motivasi Jamaah, Partisipasi, Tengku Maulana

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Dai KH Tengku Maulana's image on congregants' motivation to participate in religious studies at Majelis Taklim Husnul Khotimah, Batununggal Village, Bandung Kidul District. The theories applied are Frank Jefkins' image theory and Abraham Maslow's hierarchy of needs. The study employs a quantitative approach with a survey method using questionnaires. The findings indicate that Dai KH Tengku Maulana's image significantly affects congregants' motivation. His credibility, communication style, and emotional closeness encourage congregants to learn, deepen their religious knowledge, and actively engage in religious studies.

Keywords : *Dai's Image, Congregants' Motivation, Participation, Tengku Maulana*

PENDAHULUAN

Dai pada hakikatnya merupakan sosok yang tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan agama, melainkan juga teladan bagi jamaah dalam kehidupan sehari-hari. Jamaah cenderung menilai dai tidak hanya dari substansi dakwah yang disampaikan, tetapi juga dari keteladanan perilaku dan cara berinteraksi. Oleh karena itu, peran dan fungsi dai perlu dilihat dari perspektif psikologi dakwah, di mana citra diri dai mampu memengaruhi motivasi jamaah dalam mengikuti kajian (Kohari et al., 2022: 117). Keberhasilan dakwah tidak semata ditentukan oleh kedalaman materi atau kelengkapan rujukan dalil, tetapi juga oleh bagaimana citra dai terbentuk di hadapan jamaah (Tajiri, 2019: 73). Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran dai yang berkarakter kuat akan lebih mudah menyentuh aspek kognitif, afektif, dan konatif jamaah.

Citra dai dibangun melalui beberapa faktor utama, antara lain kredibilitas, gaya komunikasi, dan kedekatan emosional dengan jamaah. Kredibilitas dapat dilihat dari kompetensi keilmuan, konsistensi perilaku, serta kesesuaian ucapan dengan tindakan. Gaya komunikasi yang sederhana, lugas, dan sesuai dengan konteks kehidupan sehari-hari akan memudahkan jamaah memahami pesan yang disampaikan. Sementara itu, kedekatan emosional menciptakan hubungan psikologis yang erat, sehingga jamaah merasa dihargai dan diperhatikan. Strategi komunikasi persuasif berperan penting dalam membangun citra positif yang mendorong partisipasi audiens (Alfahri, 2022: 66). Citra juga dipandang sebagai aset penting karena menjadi dasar terbentuknya kepercayaan publik (Afriliani, 2023: 29). Dalam konteks dakwah, citra positif seorang dai bukan hanya memperkuat loyalitas jamaah, tetapi juga memperkokoh legitimasi lembaga dakwah yang menaunginya.

Penelitian ini dilakukan pada Majelis Taklim Husnul Khotimah, Kelurahan Batununggal, Kecamatan Bandung Kidul, dengan objek penelitian Dai KH Tengku Maulana. Sosok beliau dikenal sebagai dai yang memiliki karakter santun, penguasaan ilmu agama yang baik, serta konsistensi dalam menyampaikan dakwah dengan rujukan dalil yang jelas. Kajian yang disampaikan selalu mendapat antusiasme jamaah, baik dari segi jumlah kehadiran maupun tingkat keterlibatan dalam aktivitas keagamaan. Hal ini membuktikan bahwa majelis taklim bukan hanya sekadar forum pengajian, tetapi juga menjadi sarana pembentukan ikatan sosial dan spiritual yang kuat di kalangan jamaah. Majelis taklim memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi keagamaan jamaah melalui peran aktif dai (Marbun dan Rivauzi, 2022: 74). Antusiasme jamaah terhadap kajian KH Tengku Maulana memperlihatkan bahwa citra dai yang positif dapat menjadi faktor penggerak dalam meningkatkan motivasi keagamaan masyarakat.

Sejumlah penelitian terdahulu banyak menyoroiti peran media sosial dan strategi komunikasi digital dalam membentuk motivasi jamaah (Alfahri, 2022: 55). Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi ruang baru bagi dai dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, penelitian yang menelaah secara spesifik bagaimana citra dai dalam interaksi tatap muka berpengaruh terhadap motivasi jamaah masih terbatas. Padahal, interaksi langsung dalam forum kajian memiliki kelebihan berupa kedekatan emosional, kesempatan untuk berdialog, serta suasana religius yang tidak bisa sepenuhnya digantikan oleh media digital. Citra dai yang mencakup aspek personal, profesional, dan sosial terbukti memiliki kontribusi besar dalam menumbuhkan semangat jamaah untuk belajar agama (Maulidin, 2024: 38). Hal ini memperlihatkan bahwa citra bukan hanya berpengaruh pada motivasi sesaat, tetapi juga berimplikasi pada konsistensi jamaah dalam mengembangkan pemahaman keagamaan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi 150 orang jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah. Dari populasi tersebut, ditetapkan 50 orang sebagai sampel penelitian dengan menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan kajian dengan meneliti pengaruh citra Dai KH Tengku Maulana terhadap motivasi jamaah untuk berpartisipasi dalam kajian keagamaan. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana citra dai mampu menjadi faktor pendorong motivasi jamaah, baik melalui aspek kredibilitas, gaya komunikasi, maupun kedekatan emosional.

LANDASAN TEORI

Citra menurut Frank Jefkins adalah gambaran yang terbentuk di benak publik mengenai individu atau organisasi berdasarkan pengalaman, informasi, serta interaksi yang diterima. Citra menjadi penting karena menentukan bagaimana publik mempersepsi kredibilitas dan kompetensi seseorang. Dalam konteks komunikasi, citra berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pesan dengan penerimaan khalayak, sehingga keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh bagaimana pengirim pesan dipandang oleh publik (Jefkins 2014: 23). Dengan kata lain, citra merupakan kemasan dari pesan yang disampaikan, yang menentukan sejauh mana pesan tersebut dipercaya dan diterima audiens.

Jefkins mengelompokkan citra ke dalam beberapa dimensi, yaitu citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), dan citra majemuk (*multiple image*) (Jefkins 2014: 25). Dimensi ini menunjukkan bahwa citra bukanlah sesuatu yang statis, melainkan dinamis dan dapat berubah sesuai dengan interaksi yang terjadi antara komunikator dan komunikan. Misalnya, *mirror image* merupakan

citra yang dibangun berdasarkan persepsi internal individu atau organisasi, sedangkan *current image* adalah citra aktual yang dipersepsikan publik berdasarkan pengalaman langsung. Dalam konteks dakwah, dimensi *wish image* dapat terlihat dari harapan jamaah terhadap sosok dai, sementara *corporate image* dapat mencerminkan citra lembaga atau majelis taklim yang menaungi dai tersebut. Sementara itu, *multiple image* menjelaskan bahwa citra seorang dai bisa berbeda-beda di mata kelompok jamaah yang berlainan, tergantung pada pengalaman dan sudut pandang mereka (Alfahri 2022: 68).

Citra dalam dakwah menjadi faktor penentu dalam membangun kedekatan dengan jamaah. Seorang dai yang mampu menampilkan citra positif akan lebih mudah menumbuhkan rasa percaya, menggerakkan hati jamaah, dan meningkatkan partisipasi mereka dalam kegiatan keagamaan. Sebaliknya, citra yang negatif dapat memunculkan keraguan, bahkan menurunkan motivasi (Sugiarti 2022: 69)

Selain teori citra, penelitian ini menggunakan teori Hierarki Kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Teori ini menjelaskan bahwa motivasi manusia berkembang melalui lima tingkat kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman, kasih sayang, penghargaan, dan aktualisasi diri. Kebutuhan-kebutuhan ini bersifat hierarkis, di mana individu cenderung memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dasar sebelum beralih pada kebutuhan yang lebih tinggi (Maslow 1994: 97). Dalam kerangka penelitian ini, motivasi jamaah dipahami sebagai dorongan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut melalui aktivitas keagamaan. Misalnya, kajian keagamaan dapat memenuhi kebutuhan fisiologis secara tidak langsung melalui suasana yang menenangkan, kebutuhan aman melalui bimbingan moral, kebutuhan sosial melalui interaksi jamaah, kebutuhan penghargaan melalui pengakuan sosial, hingga kebutuhan aktualisasi diri melalui pengembangan potensi spiritual (Munawaroh dan Zaman 2020: 59).

Hierarki kebutuhan Maslow memiliki relevansi besar dalam memahami motivasi jamaah. Pada tingkat kebutuhan sosial, jamaah merasakan kebersamaan dan solidaritas saat mengikuti kajian. Mereka merasa menjadi bagian dari komunitas yang memiliki tujuan spiritual yang sama. Pada kebutuhan penghargaan, jamaah memperoleh pengakuan atas partisipasi aktif mereka, baik dari sesama jamaah maupun dari dai. Pada tingkat aktualisasi diri, jamaah mendapatkan ruang untuk mengembangkan potensi spiritual, memperdalam pemahaman agama, dan memperbaiki kualitas hidup. Kepemimpinan religius yang baik mampu mendorong individu untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosial sekaligus melalui kegiatan keagamaan. Hal ini memperlihatkan bahwa partisipasi jamaah dalam kajian tidak semata bersifat ritual, tetapi juga merupakan bagian dari proses pemenuhan kebutuhan psikologis yang mendalam (Maulidin 2024: 34).

Relevansi teori citra Jefkins dan hierarki kebutuhan Maslow dapat dilihat pada hubungan antara citra dai dan motivasi jamaah. Dai yang memiliki citra positif dapat menciptakan rasa aman, penghargaan, serta kesempatan aktualisasi diri bagi jamaah. Dengan demikian, citra berperan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi pemenuhan kebutuhan internal jamaah. Kepemimpinan dan citra tokoh agama mampu menjadi penggerak partisipasi masyarakat. Adnan dkk. (2024: 76) menegaskan bahwa tokoh agama dengan citra yang baik akan lebih mudah menggerakkan jamaah untuk terlibat dalam kegiatan kolektif. Sejalan dengan itu, Afida (2025: 112) menyatakan bahwa strategi komunikasi yang berlandaskan pada pengelolaan citra publik dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan keagamaan.

Dimensi-dimensi citra yang dikemukakan Frank Jefkins juga memberikan kerangka analisis yang penting dalam memahami persepsi publik terhadap seorang dai. *Mirror image* dapat menjelaskan bagaimana seorang dai menilai dirinya sendiri, yang mungkin berbeda dengan penilaian jamaah. Sementara gambar saat ini menekankan persepsi aktual jamaah terhadap gambar dai berdasarkan pengalaman langsung mengikuti kajian (Afida, 2025: 64). Gambaran keinginan menampilkan harapan jamaah terhadap dai yang ideal, misalnya dai yang komunikatif, rendah hati, dan mampu memberikan solusi atas masalah sehari-hari. Mengenai citra perusahaan dapat dipahami dalam konteks lembaga atau majelis taklim yang menaungi dai, yang citranya ikut mempengaruhi penilaian jamaah. Sedangkan *multiple image* menunjukkan kecerahan persepsi yang mungkin muncul, karena jamaah berasal dari latar belakang sosial dan pengalaman yang berbeda. Dengan demikian, teori Jefkins menegaskan bahwa citra tidak bersifat tunggal, melainkan multidimensi dan kontekstual (Rohman dan Baidun 2019: 69).

Hierarki kebutuhan Maslow juga dapat dijelaskan lebih lanjut dalam konteks partisipasi keagamaan. Pada tingkat kebutuhan fisiologis, meskipun tidak secara langsung terkait dengan aktivitas dakwah, kehadiran dalam kajian memberikan ketenangan batin yang berkontribusi pada kesehatan psikologis jamaah. Pada tingkat kebutuhan rasa aman, jamaah merasakan bimbingan moral yang memberikan kepastian arah hidup (Azimi, 2024: 16). Pada tingkat kebutuhan sosial, partisipasi dalam majelis taklim memungkinkan jamaah terjalin hubungan dan solidaritas. Pada tingkat penghargaan, jamaah memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitar sebagai individu yang religius. Terakhir, pada tingkat aktualisasi diri, jamaah mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan potensi spiritual, memperdalam ilmu agama, dan memperbaiki kualitas hidup secara menyeluruh. Teori Maslow dengan demikian dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai motivasi jamaah yang mendorong mereka hadir secara rutin dalam penelitian.

Keterkaitan teori citra Jefkins dan hierarki kebutuhan Maslow terlihat jelas dalam praktik dakwah dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Citra

positif seorang dai dapat menjadi faktor eksternal yang memperkuat motivasi internal jamaah. Misalnya, dai yang dipersepsikan memiliki citra terkini yang baik akan lebih mudah memenuhi kebutuhan jamaah akan rasa aman dan dianugerahi. Begitu pula, dai yang memenuhi harapan jamaah melalui wish image dapat mendorong jamaah mencapai kebutuhan aktualisasi diri. Dengan demikian, integrasi kedua teori ini membantu menjelaskan bagaimana aspek psikologis dan sosial dari citra seorang dai berhubungan langsung dengan motivasi jamaah. Analisis teoritis ini sekaligus menyempurnakan pemahaman mengenai komunikasi dakwah, yang tidak hanya berbicara tentang pesan dan media, tetapi juga tentang sosok komunikator sebagai pusat kepercayaan dan inspirasi jamaah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Majelis Taklim Husnul Khotimah, yang berlokasi di Kelurahan Batununggal, Kecamatan Bandung Kidul, merupakan salah satu wadah kegiatan keagamaan masyarakat yang secara rutin menghadirkan Dai KH Tengku Maulana sebagai pengisi kajian. Majelis ini berperan penting sebagai sarana pembelajaran agama, penguatan iman, serta ruang silaturahmi antarjamaah. Penelitian ini melibatkan 50 responden yang merupakan jamaah aktif, dipilih sebagai sampel penelitian dengan teknik survei melalui kuesioner untuk mengetahui sejauh mana citra dai berpengaruh terhadap motivasi mereka dalam berpartisipasi mengikuti kajian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra KH Tengku Maulana berperan signifikan dalam mendorong motivasi jamaah. Jamaah menilai citra beliau tercermin dari kredibilitas dalam menyampaikan materi, gaya komunikasi yang sederhana dan mudah dipahami, serta kedekatan emosional yang membuat suasana kajian lebih hangat. Mayoritas responden menyatakan bahwa kehadiran KH Tengku Maulana tidak hanya memberikan ilmu, tetapi juga menjadi sumber semangat dalam memperbaiki kualitas ibadah dan meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan keagamaan. Temuan ini sejalan dengan dimensi citra yang dikemukakan Jefkins, di mana persepsi positif publik dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi (Jefkins 2014: 25)

Secara kuantitatif, hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa citra dai berpengaruh signifikan terhadap motivasi jamaah. Nilai koefisien determinasi (R^2) memperlihatkan bahwa variabel citra dai memberikan kontribusi dominan terhadap motivasi jamaah dalam berpartisipasi mengikuti kajian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji hipotesis memperlihatkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis diterima. Hal ini membuktikan adanya hubungan positif yang kuat antara citra dai dengan motivasi jamaah, di mana semakin positif citra yang ditampilkan KH Tengku

Maulana, semakin tinggi pula motivasi jamaah untuk hadir dan aktif mengikuti kajian

Selain menjadi forum kajian keagamaan, Majelis Taklim Husnul Khotimah juga memiliki peran strategis dalam membentuk iklim keagamaan di lingkungan sekitar. Kehadiran KH Tengku Maulana secara konsisten menjadikan majelis ini sebagai pusat pembelajaran agama yang diminati berbagai kalangan, mulai dari ibu rumah tangga, pemuda, hingga pekerja yang tinggal di wilayah Bandung Kidul. Antusiasme jamaah ini menunjukkan bahwa faktor citra dai tidak hanya berdampak pada penilaian individu terhadap figur dai, tetapi juga pada tingkat partisipasi kolektif jamaah dalam kegiatan majelis (Zihad, 2023: 74). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh citra dai secara pribadi, tetapi juga bagaimana persepsi tersebut berimplikasi pada penguatan Lebih jauh, hasil penelitian kuantitatif yang diperoleh menampilkan bahwa persepsi jamaah terhadap citra KH Tengku Maulana sejalan dengan dimensi-dimensi citra yang dijelaskan Frank Jefkins. Mayoritas jamaah memandang beliau sebagai sosok yang konsisten dalam perilaku, selaras dengan konsep citra terkini yang menunjaberharap aku) juga tercermin (Armansyah, 2023: 94).

Temuan-temuan tersebut semakin diperkuat dengan hasil analisis regresi yang menegaskan adanya pengaruh signifikan citra terhadap motivasi jamaah. Nilai signifikansi uji hipotesis yang lebih kecil dari 0,05 menandakan hubungan yang konsisten dan kuat antara kedua variabel. Artinya, jamaah benar-benar memandang citra dai sebagai salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan mereka untuk hadir dalam kajian. Hasil ini tidak hanya mendukung teori citra Jefkins, tetapi juga sejalan dengan teori motivasi Maslow (Mokhtar dan Othman 2021: 57). Dalam kerangka Maslow, citra positif dai mampu memenuhi kebutuhan jamaah mulai dari rasa aman, penghargaan, hingga aktualisasi diri. Dengan demikian, data yang diperoleh bukan sekadar angka statistik, tetapi juga memperlihatkan bagaimana interaksi sosial, psikologis, dan spiritual berperan dalam membentuk motivasi jamaah untuk berpartisipasi secara aktif dalam majelis taklim.

Citra Dai Tengku Maulana

Citra Dai KH Tengku Maulana dalam pandangan jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah terbentuk dari kredibilitas, gaya komunikasi, dan sikap personal yang konsisten. Beliau dipersepsikan sebagai sosok yang berilmu, santun, dan mampu menyampaikan materi dakwah dengan rujukan dalil yang jelas. Kredibilitas ini membuat jamaah merasa yakin bahwa pesan dakwah yang mereka terima memiliki dasar yang kuat, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri untuk terus mengikuti kajian. Dalam konteks teori citra Frank Jefkins, kredibilitas dai merupakan bagian dari proses pembentukan citra yang menentukan sejauh mana publik menaruh kepercayaan pada komunikator (Widiyatmoko 2019: 79).

Selain kredibilitas, gaya komunikasi KH Tengku Maulana menjadi faktor penting yang memperkuat citranya. Penyampaian yang sederhana, lugas, dan dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari memudahkan jamaah memahami pesan yang disampaikan (Tajiri 2019: 142). Gaya komunikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer ilmu, tetapi juga menciptakan kedekatan psikologis antara dai dan jamaah. Komunikasi persuasif yang bersifat naratif dan komunikatif dapat membangun citra positif yang berimplikasi pada loyalitas audiens (Alfahri 2022: 68).

Kedekatan emosional juga menjadi aspek dominan dalam citra KH Tengku Maulana. Beliau dikenal ramah, interaktif, dan mampu membangun suasana kajian yang hangat. Jamaah merasa diperhatikan dan dihargai, sehingga tercipta hubungan emosional yang erat. Kondisi ini memperkuat loyalitas jamaah untuk hadir secara rutin. Citra tidak hanya terbentuk dari kompetensi, tetapi juga dari bagaimana seorang komunikator menampilkan diri secara emosional dalam interaksi sosial (Fatoni and Rais 2018: 68).

Kontak mata yang intens membantu jamaah merasa lebih dihargai dan terlibat dalam kajian yang sedang berlangsung. Dengan fokus yang penuh kepada jamaahnya, dai mampu menyampaikan materi dengan lebih efektif dan menarik perhatian setiap jamaah yang hadir. Hal ini tidak hanya meningkatkan pemahaman jamaah terhadap materi yang disampaikan, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara dai dengan semua jamaahnya (Fuadi, Ridwan, dan Chidayah, 2023).

Hasil analisis kuantitatif memperlihatkan bahwa rata-rata citra KH Tengku Maulana memperoleh TCR sebesar 89% (kategori sangat baik). Dimensi tertinggi terdapat pada current image dengan nilai 94% untuk pernyataan positif dan 95% untuk pernyataan negatif. Angka ini menunjukkan bahwa jamaah memiliki persepsi yang sangat kuat terhadap sosok KH Tengku Maulana sebagaimana adanya, tanpa dipengaruhi oleh asumsi atau ekspektasi lain. Mereka melihat langsung konsistensi dakwah, sikap, dan gaya beliau, sehingga terbentuk gambaran aktual yang positif. Temuan ini memperlihatkan bahwa citra aktual dai menjadi dimensi paling menentukan dalam membangun kepercayaan jamaah.

Current image yang tinggi ini berarti jamaah memandang KH Tengku Maulana sebagai sosok dai yang benar-benar sesuai dengan apa yang ditampilkan dalam dakwah sehari-hari. Tidak ada perbedaan mencolok antara ucapan dan tindakan, sehingga jamaah semakin yakin terhadap keteladanan beliau. Konsistensi inilah yang menjadikan citra KH Tengku Maulana kokoh, karena jamaah menilai beliau tidak hanya berbicara tentang agama, tetapi juga menjalankannya dalam keseharian. Hal ini sejalan dengan pandangan Maulidin yang menyatakan bahwa

Pengaruh Citra Dai Tengku Maulana Terhadap Motivasi Jamaah Berpartisipasi dalam kajian konsistensi perilaku tokoh agama merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan jangka panjang (Maulidin 2024: 44).

Dengan citra yang sangat baik, khususnya pada dimensi *current image*, KH Tengku Maulana tidak hanya memperkuat kedudukan dirinya sebagai seorang dai, tetapi juga meningkatkan legitimasi Majelis Taklim Husnul Khotimah sebagai lembaga dakwah yang dipercaya masyarakat. Citra positif ini menjadi modal sosial yang mendorong jamaah untuk semakin termotivasi hadir dalam kajian, berpartisipasi aktif, dan menjadikan beliau sebagai teladan dalam kehidupan beragama (Oktaviani 2019: 95). Jamaah tidak hanya memandang KH Tengku Maulana sebagai pengajar agama, tetapi juga sebagai figur panutan yang konsistensinya layak dijadikan inspirasi dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa citra KH Tengku Maulana dibangun melalui kombinasi kredibilitas, gaya komunikasi, kedekatan emosional, dan konsistensi perilaku yang tinggi. Dimensi *current image* yang memperoleh nilai tertinggi memperlihatkan bahwa jamaah menilai beliau secara langsung berdasarkan pengalaman nyata, bukan sekadar persepsi atau harapan (Khadijah, 2022: 76). Kondisi ini memperkuat temuan bahwa citra dai memiliki kontribusi besar dalam membangun kepercayaan jamaah, yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya motivasi dan partisipasi mereka dalam kajian keagamaan.

Selain tiga aspek utama yakni kredibilitas, gaya komunikasi, dan kedekatan emosional, citra KH Tengku Maulana juga terlihat dari konsistensi beliau dalam batasan materi dakwah dengan realitas kehidupan jamaah sehari-hari. Hal ini menjadikan pesan dakwah terasa lebih relevan dan kontekstual, sehingga jamaah dapat dengan mudah menghubungkan ajaran agama dengan pengalaman hidup mereka. Misalnya, ketika membahas tentang pentingnya menjaga silaturahmi, KH Tengku Maulana tidak hanya menyampaikan dalil normatif, tetapi juga memberikan contoh konkret bagaimana hubungan baik dengan tetangga atau keluarga dapat memperkuat iman. Pendekatan yang aplikatif ini menambah nilai citra beliau sebagai dai yang tidak hanya memberikan nasihat, tetapi juga solusi nyata dalam kehidupan sosial-keagamaan jamaah (Afriliani, 2023: 96).

Citra positif KH Tengku Maulana juga tercermin dari bagaimana beliau memperlakukan jamaah dengan adil. Dalam banyak kesempatan, beliau membuka ruang dialog dan menerima pertanyaan dari jamaah dengan sabar dan ramah. Sikap inklusif ini menumbuhkan perasaan dihargai di kalangan jamaah, sehingga mereka semakin loyal terhadap majelis taklim. Fenomena ini menunjukkan bahwa citra dai tidak hanya ditentukan oleh apa yang ditampilkan di mimbar, tetapi juga oleh interaksi interpersonal yang terbangun di luar sesi ceramah. Dengan kata lain, kehangatan pribadi dan sikap egaliter seorang dai berperan besar dalam memperkuat persepsi positif jamaah (Iqbal, 2025: 95).

Bila ditinjau dengan kerangka teori citra Frank Jefkins, tingginya nilai gambaran terkini yang diperoleh KH Tengku Maulana mengindikasikan bahwa jamaah menilai beliau secara langsung dari pengalaman empiris yang konsisten. Mereka tidak hanya berharap sosok dai yang ideal, namun benar-benar menyaksikan bahwa ucapan dan tindakannya selaras. Hal ini menunjukkan adanya keselarasan antara wish image jamaah dengan current image yang ditampilkan dai, sehingga memperkuat kepercayaan jamaah. Temuan ini mendukung pandangan Jefkins bahwa citra aktual yang terbentuk dari pengalaman langsung merupakan dimensi yang paling menentukan dalam membangun reputasi komunikator.

Dari sisi kuantitatif, nilai TCR 94–95% pada dimensi current image menampilkan bahwa jamaah memiliki tingkat keyakinan yang sangat tinggi terhadap sosok KH Tengku Maulana. Nilai ini tidak hanya menunjukkan bahwa citra beliau tergolong sangat baik, tetapi juga menampilkan bahwa jamaah hampir tidak menemukan celah kontradiksi antara ajaran yang disampaikan dan perilaku yang ditampilkan. Dalam perspektif dakwah, kondisi ini menjadi modal sosial yang sangat berharga, karena citra positif dapat meningkatkan legitimasi dakwah pesan sekaligus memperkuat posisi dai sebagai figur teladan.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan relevansi temuan ini. Fatoni dan Rais (2018:68) menyebutkan bahwa citra tidak hanya terbentuk dari kompetensi keilmuan, tetapi juga dari aspek emosional dan perilaku dalam interaksi sosial. Alfahri (2022:68) menambahkan bahwa gaya komunikasi persuasif yang komunikatif mampu memperkuat loyalitas audiens. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat literatur sebelumnya bahwa citra dai yang konsisten, ramah, dan komunikatif memiliki dampak langsung terhadap partisipasi jamaah. Citra positif tidak hanya meningkatkan minat jamaah untuk hadir, tetapi juga menumbuhkan komitmen jangka panjang terhadap kegiatan keagamaan (Alfahri 2022: 68).

Lebih jauh lagi, citra dai juga dapat dipandang sebagai mekanisme pembentuk identitas jamaah. Melalui keteladanan KH Tengku Maulana, jamaah tidak hanya belajar tentang isi ajaran Islam, tetapi juga membangun identitas sebagai Muslim yang berusaha konsisten dalam ibadah dan perilaku sosial. Proses internalisasi nilai ini menampilkan bahwa citra dai berfungsi sebagai sarana motivasi intrinsik bagi jamaah. Dalam jangka panjang, citra yang positif dapat melahirkan budaya keagamaan yang lebih kuat di lingkungan majelis taklim, di mana jamaah tidak sekadar hadir karena kewajiban, tetapi karena merasa mendapatkan manfaat spiritual, sosial, dan emosional.

Citra yang baik juga berimplikasi pada reputasi Majelis Taklim Husnul Khotimah secara kelembagaan. Sosok KH Tengku Maulana sebagai dai utama membuat majelis ini dipandang sebagai lembaga dakwah yang kredibel dan

Pengaruh Citra Dai Tengku Maulana Terhadap Motivasi Jamaah Berpartisipasi dalam kajian terpercaya di wilayah Bandung Kidul. Hal ini sejalan dengan konsep citra perusahaan dalam teori Jefkins, dimana citra individu turut mempengaruhi reputasi organisasi (Nursafitri, 2021: 53). Dengan demikian, citra KH Tengku Maulana tidak hanya memperkuat posisinya sebagai dai, tetapi juga memperkuat legitimasi majelis taklim sebagai lembaga keagamaan yang dihormati masyarakat

Motivasi Jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah

Motivasi jamaah dalam mengikuti kajian di Majelis Taklim Husnul Khotimah pada dasarnya merupakan wujud dorongan internal dan eksternal yang muncul karena adanya kebutuhan untuk belajar agama, memperkuat iman, serta membangun hubungan sosial. Motivasi ini dapat dipahami melalui teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow yang menjelaskan bahwa manusia terdorong oleh berbagai kebutuhan yang tersusun secara bertingkat, mulai dari kebutuhan dasar hingga aktualisasi diri. Dalam konteks kajian keagamaan, kebutuhan ini tercermin dalam semangat jamaah untuk hadir, mendengarkan, dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang dipimpin KH Tengku Maulana (Munawaroh dan Zaman, 2020: 43)

Pada tingkat kebutuhan sosial, jamaah memandang kehadiran di majelis sebagai sarana mempererat ukhuwah Islamiyah dan memperluas jaringan pertemanan. Interaksi dengan sesama jamaah memberikan rasa kebersamaan, sehingga mereka merasa menjadi bagian dari komunitas religius yang mendukung. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi jamaah tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga berhubungan erat dengan kebutuhan sosial untuk diterima dan diakui dalam sebuah kelompok. Tokoh agama mampu memicu partisipasi sosial jamaah melalui kegiatan keagamaan yang terstruktur (Adnan dkk, 2024: 73).

Pada tingkat kebutuhan penghargaan, jamaah merasa bahwa keaktifan mereka dalam mengikuti kajian memberikan pengakuan dari lingkungan sekitar. Rasa dihargai dan dipandang lebih baik oleh keluarga maupun masyarakat memperkuat semangat untuk terus hadir. Partisipasi dalam pengajian bukan hanya dianggap sebagai aktivitas rutin, tetapi juga sebagai bentuk pencapaian yang menambah rasa percaya diri. Temuan ini mendukung pandangan Maulidin (2024: 40) bahwa kepemimpinan religius dapat membentuk budaya penghargaan sosial yang mendorong individu untuk konsisten terlibat dalam kegiatan keagamaan (Maulidin, 2024: 40).

Hasil penelitian kuantitatif memperlihatkan bahwa rata-rata motivasi jamaah memperoleh nilai TCR sebesar 90% (kategori tinggi). Dimensi motivasi tertinggi terdapat pada aktualisasi diri dengan nilai TCR sebesar 88%. Angka ini menunjukkan bahwa jamaah menjadikan majelis taklim bukan sekadar tempat belajar agama, tetapi juga ruang untuk mengembangkan potensi diri, memperdalam pemahaman spiritual, dan meningkatkan kualitas hidup. Dengan

kata lain, jamaah merasa bahwa partisipasi mereka dalam kajian memberikan kesempatan untuk mencapai puncak kebutuhan dalam teori Maslow, yaitu aktualisasi diri (Maslow, 1994)

Dimensi aktualisasi diri yang tinggi ini mengindikasikan bahwa jamaah tidak sekadar mengejar pemenuhan kebutuhan dasar atau sosial, tetapi benar-benar memanfaatkan kajian sebagai wadah untuk perbaikan diri secara menyeluruh. Mereka terdorong untuk lebih disiplin dalam beribadah, memperbaiki perilaku sehari-hari, dan menjadi pribadi yang lebih baik. Aktualisasi diri yang terwujud ini sekaligus menjadi bukti bahwa citra positif KH Tengku Maulana sebagai dai mampu memberikan inspirasi bagi jamaah untuk tumbuh secara spiritual dan sosial.

Secara keseluruhan, motivasi jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah terbentuk dari kombinasi antara kebutuhan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Kehadiran KH Tengku Maulana dengan citra positifnya mampu menjawab kebutuhan-kebutuhan tersebut, sehingga jamaah termotivasi untuk hadir secara konsisten. Temuan ini memperlihatkan bahwa motivasi jamaah tidak bersifat sesaat, melainkan berkelanjutan karena didasari oleh pemenuhan kebutuhan spiritual, sosial, dan psikologis yang saling melengkapi (Setiawan, 2019: 97).

Motivasi jamaah dalam mengikuti kajian di Majelis Taklim Husnul Khotimah juga dapat dilihat dari perspektif kebutuhan rasa aman dalam teori Maslow. Kehadiran KH Tengku Maulana dengan citra yang konsisten dan kredibel memberikan rasa aman bagi jamaah, baik secara psikologis maupun spiritual. Mereka merasa mendapatkan bimbingan yang benar dan terarah, sehingga ketakutan akan salah dalam memahami ajaran agama dapat diminimalkan. Rasa aman ini juga muncul dari suasana majelis yang nyaman, tertib, dan terstruktur, sehingga jamaah dapat belajar dengan nyaman. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi jamaah tidak hanya bersumber dari keinginan memperluas wawasan agama, tetapi juga dari kebutuhan akan kepastian dan keamanan spiritual (Ridha, 2020: 63).

Lebih lanjut, motivasi jamaah juga berhubungan erat dengan kebutuhan fisiologis yang paling dasar. Meski sekilas tampak tidak relevan, namun kenyataannya majelis taklim memberikan kesempatan bagi jamaah untuk menenangkan hati dan pikiran, sehingga berdampak positif terhadap kesehatan mental. Kehadiran di penelitian dapat mengurangi stres, memberikan ketenangan batin, dan menjadi bentuk menyediakan kebutuhan psikologis dasar. Dalam beberapa penelitian psikologi dakwah, aktivitas keagamaan seperti pengajian terbukti mampu menurunkan tingkat kecemasan serta meningkatkan kebahagiaan individu. Dengan demikian, meski sederhana, kebutuhan dasar ini tetap ikut serta dalam membentuk motivasi jamaah (Ramadhan, 2023: 85).

Selain dimensi kebutuhan sosial dan penghargaan yang telah dijelaskan, aktualisasi diri sebagai puncak motivasi juga menjadi temuan penting. Jamaah tidak hanya datang untuk mendengarkan tausiyah, tetapi juga berusaha menginternalisasi pesan dakwah ke dalam kehidupan sehari-hari. Banyak jamaah yang menyatakan bahwa setelah rutin mengikuti kajian, mereka lebih rajin beribadah, lebih sabar dalam menghadapi masalah, serta lebih mampu menjaga hubungan sosial dengan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa kajian bukan sekadar forum diskusi agama, tetapi telah menjadi ruang transformasi diri yang membantu jamaah mencapai potensi terbaik mereka sebagai Muslim.

Temuan tingginya tentang dimensi aktualisasi diri ini sejalan dengan pandangan aaktivitas keagamaan dapat menjadi sarana pengembangan diri secara komprehensif. Jamaah tidak hanya mendapatkan pengetahuan agama, tetapi juga keterampilan sosial, pengendalian diri, dan peningkatan kualitas spiritual. Dalam konteks penelitian ini, KH Tengku Maulana menjadi fasilitator utama yang mendorong jamaah menuju proses aktualisasi diri (Munawaroh dan Zaman 2020: 115). Citra positif beliau yang konsisten, ditambah kemampuan komunikasi yang efektif, menjadikan jamaah lebih mudah menerima pesan dakwah dan mengaplikasikannya dalam kehidupan.

Motivasi yang tinggi pada jamaah juga berimplikasi pada keberlangsungan majelis taklim. Partisipasi aktif dan kehadiran rutin jamaah menciptakan suasana belajar yang hidup dan produktif. Semakin tinggi motivasi jamaah, semakin besar pula peluang majelis taklim untuk berkembang menjadi pusat pembelajaran agama yang berpengaruh. Hal ini menampilkan adanya hubungan timbal balik: citra dai membangkitkan motivasi jamaah, sementara motivasi jamaah memperkuat eksistensi majelis (Falihah, 2025: 95). Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat melahirkan budaya religius yang mapan di masyarakat sekitar, di mana pengajian menjadi tradisi kolektif yang melekat dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, motivasi jamaah di Majelis Taklim Husnul Khotimah tidak dapat dipandang sebagai fenomena tunggal, melainkan hasil interaksi kompleks antara kebutuhan spiritual, sosial, dan psikologis. Kehadiran KH Tengku Maulana sebagai dai yang berwibawa sekaligus dekat dengan jamaah menjadikan motivasi tersebut semakin kuat dan berkesinambungan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang efektif tidak hanya menekankan pada isi pesan, tetapi juga pada bagaimana dai mampu menjawab kebutuhan manusia secara menyeluruh, mulai dari rasa aman hingga aktualisasi diri (Kohari dkk 2022: 69).

Pengaruh Citra Dai Tengku Maulana Terhadap Motivasi Jamaah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra KH Tengku Maulana memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah dalam berpartisipasi pada kegiatan kajian keagamaan. Uji regresi linier

sederhana menampilkan nilai koefisien regresi sebesar 0,751 , yang berarti setiap peningkatan citra dai akan diikuti oleh peningkatan motivasi jamaah sebesar 75,1%. Hal ini menegaskan bahwa semakin positif citra yang ditampilkan KH Tengku Maulana, semakin besar pula dorongan jamaah untuk hadir dan terlibat secara aktif dalam kajian. Koefisien determinasi (R^2) menampilkan angka 44% , yang menunjukkan bahwa citra dai memberikan kontribusi cukup besar dalam menjelaskan variasi motivasi jamaah. Sementara itu, sisanya sebesar 56% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti lingkungan sosial, faktor ekonomi, maupun kondisi jamaah pribadi.

Korelasi antara citra dai dan motivasi jamaah juga ditemukan cukup kuat dengan nilai hubungan sebesar 66,3% . Angka ini mengindikasikan adanya keterkaitan yang erat antara kualitas citra seorang dai dengan tingkat motivasi jamaah untuk berpartisipasi. Dengan kata lain, jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah menjadikan citra KH Tengku Maulana sebagai salah satu pertimbangan utama dalam memutuskan untuk hadir dalam kajian, mendengarkan materi, serta terlibat dalam aktivitas dakwah. Tingginya korelasi ini mencerminkan bahwa faktor pribadi seseorang tidak bisa diabaikan dalam menjelaskan partisipasi jamaah (Ramadhan, 2023: 76).

Temuan ini selaras dengan teori citra yang dikemukakan Frank Jefkins. Menurut Jefkins, citra merupakan kesan atau gambaran yang terbentuk di benak masyarakat mengenai individu atau organisasi berdasarkan pengalaman dan interaksi yang dialami. Dalam kasus KH Tengku Maulana, jamaah membentuk persepsi positif dari kredibilitas, gaya komunikasi, dan konsistensi perilaku yang beliau tampilkan (Jefkins, 2014: 25). Citra positif inilah yang pada gilirannya mendorong motivasi jamaah untuk hadir dan berpartisipasi. Dengan kata lain, citra menjadi faktor eksternal yang memperkuat motivasi jamaah internal sebagaimana dijelaskan dalam teori Maslow (Maslow, 1994: 154).

Jika ditinjau dengan teori Hierarki Kebutuhan Maslow, citra KH Tengku Maulana memberikan kontribusi penting dalam memenuhi kebutuhan jamaah pada beberapa level. Pada kebutuhan rasa aman, citra beliau sebagai dai yang berilmu dan konsisten memberikan rasa ketenangan dan keyakinan bahwa jamaah memperoleh bimbingan agama yang benar. Pada kebutuhan yang diberikan, jamaah merasakan kebanggaan bisa belajar langsung dari seorang dai. yang mereka anggap kredibel. Bahkan pada tingkat aktualisasi diri, jamaah terdorong untuk mengembangkan potensi spiritual dan memperdalam pemahaman agama karena teladan yang diberikan oleh KH Tengku Maulana. Dengan demikian, citra dai tidak hanya mempengaruhi motivasi secara umum, tetapi juga menyentuh langsung dengan proses pemenuhan kebutuhan psikologis jamaah (Nurrahmah, 2023: 145).

Pengaruh sebesar 44% yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dimaknai bahwa hampir setengah dari motivasi jamaah partisipasi dalam ulasan dipengaruhi oleh citra KH Tengku Maulana. Angka ini termasuk signifikan mengingat masih banyak faktor lain yang mempengaruhi perilaku keagamaan seseorang (Sugiyono, 2023: 79). Artinya, meskipun faktor eksternal seperti ekonomi, kesibukan, atau lingkungan keluarga dapat mempengaruhi, citra dai tetap menjadi salah satu faktor utama yang tidak dapat diabaikan. Jamaah yang memiliki persepsi positif terhadap citra KH Tengku Maulana akan lebih termotivasi untuk hadir, meski menghadapi hambatan eksternal.

Temuan ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya citra dalam aktivitas dakwah. Penelitian Alfahri (2022) menunjukkan bahwa gaya komunikasi naratif dan persuasif seorang dai dapat meningkatkan loyalitas audiens (Alfahri, 2022). Hasil penelitian Maulidin (2024) juga menampilkan bahwa konsistensi perilaku tokoh agama menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan jamaah (Maulidin, 2024). Demikian pula Afriliani (2023) menegaskan bahwa citra positif merupakan aset penting bagi seorang komunikator publik. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya dengan memberikan bukti empiris bahwa citra KH Tengku Maulana benar-benar berpengaruh signifikan terhadap motivasi jamaah.

Namun temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa 56% variasi motivasi jamaah dijelaskan oleh faktor lain di luar citra dai. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun citra berperan penting, faktor eksternal seperti dukungan keluarga, kondisi kesehatan, faktor ekonomi, maupun dorongan spiritual pribadi tetap memiliki kontribusi besar. Oleh karena itu, dalam membangun motivasi jamaah diperlukan pendekatan yang komprehensif yang tidak hanya fokus pada citra dai, tetapi juga memperhatikan konteks sosial dan kebutuhan jamaah secara menyeluruh (Siagian, 2019: 65).

Jika dibandingkan dengan penelitian yang tekanan pada pengaruh media dakwah, penelitian ini menghadirkan perspektif yang lebih personal. Media sosial dakwah, seperti Instagram @taubatters yang diteliti peneliti lain, terbukti mampu membentuk motivasi hijrah follower. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran langsung sosok dai dengan citra yang positif memiliki daya pengaruh yang tidak kalah besar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dakwah berbasis personalisasi citra dai tetap relevan dan memiliki kekuatan tersendiri di tengah era digital (Fauziah, 2024: 79).

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa citra KH Tengku Maulana memberikan kontribusi yang besar terhadap motivasi jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah. Koefisien regresi sebesar 0,751, pengaruh sebesar 44%, serta hubungan sebesar 66,3% menampilkan bahwa citra positif dai tidak hanya menjadi simbol keagamaan, tetapi juga instrumen strategi dalam membangun

motivasi dan partisipasi jamaah. Hasil ini memperkuat pandangan teoritis bahwa citra dan motivasi memiliki keterkaitan erat dalam aktivitas dakwah, sekaligus menegaskan bahwa sosok dai tetap menjadi pusat perhatian jamaah dalam kehidupan beragama mereka.

PENUTUP

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra KH Tengku Maulana terhadap motivasi jamaah Majelis Taklim Husnul Khotimah dalam berpartisipasi pada kajian keagamaan. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh kesimpulan bahwa citra dai berperan penting dan berpengaruh signifikan terhadap motivasi jamaah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, keberadaan citra positif yang melekat pada KH Tengku Maulana terbukti mampu mendorong jamaah untuk hadir dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan kajian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,663. Angka ini memperlihatkan bahwa hubungan antara citra KH Tengku Maulana dengan motivasi jamaah berada dalam kategori cukup kuat dan positif. Artinya, semakin baik citra yang ditampilkan oleh dai, semakin tinggi pula dorongan jamaah untuk menghadiri majelis. Hubungan ini bukan bersifat kebetulan, melainkan memiliki dasar yang konsisten dan signifikan, sehingga dapat dipastikan bahwa citra benar-benar memengaruhi motivasi jamaah.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,440 menunjukkan bahwa citra KH Tengku Maulana berkontribusi sebesar 44% terhadap motivasi jamaah. Dengan kata lain, hampir separuh variasi motivasi jamaah dapat dijelaskan melalui citra positif yang mereka persepsikan dari dai. Sementara itu, sisanya sebesar 56% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti lingkungan keluarga, pengalaman pribadi, maupun kondisi sosial masyarakat. Angka 44% ini termasuk tinggi untuk sebuah penelitian sosial, karena biasanya motivasi manusia terbentuk dari berbagai faktor yang kompleks. Hal ini menegaskan pentingnya citra dai sebagai faktor utama yang memengaruhi partisipasi jamaah.

Selain itu, nilai koefisien regresi (R) sebesar 0,751 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu poin citra KH Tengku Maulana akan meningkatkan motivasi jamaah sebesar 0,751 poin. Secara praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif jamaah menilai sosok dai, semakin kuat pula motivasi mereka untuk menghadiri kajian, mendengarkan ceramah, dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan. Hal ini memperlihatkan bahwa citra bukan hanya berhubungan dengan motivasi secara teoritis, tetapi benar-benar berperan sebagai prediktor yang memengaruhi perubahan perilaku jamaah.

Temuan tersebut sejalan dengan teori citra yang dikemukakan Frank Jefkins. Teori ini menyatakan bahwa citra positif yang dimiliki seorang komunikator mampu menumbuhkan rasa percaya, loyalitas, dan keterikatan publik. Dalam konteks ini, citra KH Tengku Maulana yang kredibel, konsisten, dan komunikatif terbukti mampu meningkatkan motivasi jamaah. Penelitian ini juga mendukung teori motivasi Maslow, karena citra dai berperan dalam memenuhi kebutuhan jamaah, mulai dari rasa aman dan kebutuhan sosial hingga kebutuhan penghargaan dan aktualisasi diri. Dengan kata lain, citra dai yang baik mampu mendorong jamaah mencapai tingkat motivasi tertinggi.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa pengaruh citra dai tidak hanya terbatas pada aspek kognitif jamaah, tetapi juga berdampak pada aspek afektif dan perilaku. Jamaah yang memandang KH Tengku Maulana sebagai sosok yang berwibawa dan konsisten merasa lebih termotivasi untuk memperbaiki diri, meningkatkan kualitas ibadah, dan mengamalkan ilmu yang diperoleh. Hal ini menandakan bahwa citra dai memiliki peran transformasional, yakni tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku jamaah dalam kehidupan sehari-hari.

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, temuan ini mendukung hasil penelitian Adnan dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa citra tokoh agama mampu mendorong partisipasi sosial masyarakat. Penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian Afida (2025) yang menegaskan bahwa citra publik yang positif meningkatkan keterlibatan jamaah dalam aktivitas religius. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat teori yang sudah ada, tetapi juga menambah bukti empiris baru bahwa citra dai merupakan faktor signifikan dalam membentuk motivasi jamaah.

Kesimpulan ini semakin menegaskan bahwa dakwah bukan hanya persoalan penyampaian materi, melainkan juga bagaimana dai membangun citra diri di hadapan jamaah. Dai yang memiliki citra positif akan lebih mudah diterima, dipercaya, dan dijadikan teladan. Sebaliknya, citra yang negatif akan mengurangi kepercayaan jamaah dan berdampak pada rendahnya motivasi untuk hadir. Oleh karena itu, citra menjadi modal sosial dan spiritual yang harus dijaga oleh setiap dai.

Dengan pengaruh sebesar 44% dan hubungan yang cukup kuat sebesar 66,3%, penelitian ini menunjukkan bahwa citra KH Tengku Maulana menjadi salah satu faktor dominan dalam membentuk motivasi jamaah untuk berpartisipasi dalam kajian. Setiap peningkatan citra dai akan berdampak langsung pada peningkatan motivasi jamaah, yang pada gilirannya memperkuat partisipasi dalam kegiatan keagamaan. Hal ini penting untuk dicatat sebagai bukti bahwa keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kualitas citra dai di mata jamaah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa citra dai memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi jamaah. Hasil ini mendukung teori komunikasi citra Frank Jefkins, teori motivasi Maslow, serta penelitian-penelitian sebelumnya yang menekankan peran penting citra tokoh agama. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra KH Tengku Maulana tidak hanya berfungsi sebagai representasi diri, tetapi juga sebagai faktor utama yang mendorong jamaah untuk hadir secara konsisten dan berpartisipasi aktif dalam kajian keagamaan di Majelis Taklim Husnul Khotimah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, Mohammad, Samsul Maarif, Fahmi Islam Jiwanto, Neneng Munajah, and Zamakhsyari Abdul Majid. 2024. "Model Pemberdayaan Ustadz Dalam Meningkatkan Kepatuhan Berkurban Di Majelis Taklim." *Tabdzib Al-Akblaq* 7(1):102–19.
- Afida, W. R. (2025). Strategi komunikasi humas Pemerintah Kabupaten Purbalingga dalam meningkatkan citra positif di masyarakat (Skripsi, UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto). Purwokerto: UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Afriliani, N. (2023). Peran public relations dalam membentuk citra perusahaan (Skripsi, UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto). Purwokerto: UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Alfahri, R. Y. (2022). Strategi komunikasi persuasif divisi humas Pondok Pesantren Husnul Khotimah dalam membangun citra positif (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Armansyah, F. (2023). Strategi public relations Kantor Kementerian Agama Kota Jakarta Selatan dalam meningkatkan citra di Instagram dan website (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Azimi, Zul. 2024. "Motivasi Dalam Islam." *Jurnal Tahqiq: Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam* 18(1):61–69. doi: 10.61393/tahqiq.v18i1.209.
- Falihah, Adila. 2025. "Pengaruh Pendekatan Psikologi Dakwah Terhadap Peningkatan Kualitas Hidup Keagamaan Masyarakat Islam." *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner* 3(3):1546–50.
- Fatoni, Uwes, and Annisa Nafisah Rais. 2018. "Pengelolaan Kesan Da'i Dalam Kegiatan Dakwah Pemuda Hijrah." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 12(2):211–22. doi: 10.24090/komunika.v12i2.1342.
- Fauziah, L. N. (2024). Motivasi dakwah pada komunitas Akhwat Bergerah (AB) Purwokerto (Skripsi, UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto).

- Fuadi, A. N., Ridwan, A., & Chidayah, P. P. N. (2023). Komunikasi nonverbal Ustaz Lukmanul Hakim dalam kajian fikih mingguan. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 8(2), 225–244.
- Iqbal, M. (2025). Strategi komunikasi persuasif kehumasan Pesantren Al-Nahdlah Depok dalam membangun citra lembaga (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Jefkins, F. (2014). Teori citra (Edisi kelima, D. Yadin, Ed.). Jakarta: Erlangga.
- Khadijah, S. (2022). Strategi publik relation dalam membangun citra perusahaan. *The New England Journal of Medicine*, 1933, 259–260.
- Kohari, K., Majid, Z. A., Abdullah, F., & Adnan, M. (2022). Peran dan fungsi dai dalam perspektif psikologi dakwah. *Al-Risalah*, 13(2), 493. <https://doi.org/10.34005/alrisalah.v13i1.1915> (doi.org in Bing)
- Maslow, A. (1994). *Motivation and personality (Teori motivasi dengan ancangan hirarki kebutuhan manusia)* (Nurul Iman, Trans.). Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Maulidin, S. (2024). Peran kepemimpinan kepala sekolah dalam membudayakan shalat dhuha berjamaah: Studi di RA Bustanul Ulum Jayasakti. *Jurnal P41*, 4(10), 4–6.
- Mokhtar, S., & Othman, I. W. (2021). Peranan motivasi dakwah dalam bidang keusahawanan: Satu tinjauan awal. *Proceedings*, November.
- Munawaroh, M., & Zaman, B. (2020). Peran majelis taklim dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat. *Jurnal Penelitian*, 14(2), 369. <https://doi.org/10.21043/jp.v14i2.7836> (doi.org in Bing)
- Nurrahmah, F. (2023). Pengaruh popularitas dai terhadap minat generasi Z untuk memperdalam ilmu agama Islam melalui pengajian umum di Desa Sukorejo Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan (Skripsi, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). Pekalongan: UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Nursafitri, D. (2021). Analisis pembentukan citra pada media (Skripsi, Universitas Islam Riau). Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Oktaviani, S. (2019). Citra diri seorang da'i di media sosial. *Mediakita*, 3(2), 153–162. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v3i2.1809> (doi.org in Bing)
- Ramadhan, C. R. (2023). Hubungan kepercayaan diri dengan motivasi belajar siswa di Sekolah Menengah Pertama Plus Ar-Rahmat Bojonegoro (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang). Malang: UIN Maulana Malik

- Ibrahim.Ridha, Muhammad. 2020. "Teori Motivasi Mcclelland Dan Implikasinya Dalam Pembelajaran PAI." *Palapa* 8(1):1–16. doi: 10.36088/palapa.v8i1.673.
- Rohman, Januar, and Akhmad Baidun. 2019. "Pengaruh Citra Diri (Self Image) Dan Konformitas Terhadap Perilaku Compulsive Buying Pada Remaja." *TAZKIYA: Journal of Psychology* 1(2). doi: 10.15408/tazkiya.v1i2.10679.
- Setiawan, Hendro. 2014. *Manusia Utuh (Sebuah Kajian Atas Pemikiran Abraham Maslow)*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Siagian, S. P. (2012). *Teori motivasi dan aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiarti, E. (2022). *Strategi komunikasi dakwah pada komunitas bikers dalam membentuk citra positif (Bikers Dakwah) (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tajiri, Hajir. 2019. *Etika Dan Estetika Dakwah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Widiyatmoko, B. (2018). *Strategi public relation Muslimarket.com dalam membangun citra perusahaan (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Zihad. (2023). *Pengaruh citra merek terhadap keputusan jamaah mendaftar umrah di PT Penjuru Wisata Negeri (Skripsi, UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*. Purwokerto: UIN KH Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.